

PROYECTO EMPRESARIAL

El progreso tecnológico ha marcado considerablemente la evolución del mercado de trabajo en los últimos años.

A pesar de las políticas de reactivación económica y de las medidas específicas de promoción de empleo son muchos los factores que dificultan la generación de puestos de trabajo y, por consiguiente, la incorporación de los desempleados a la vida laboral.

Una de las vías que quedan abiertas, y que se muestran como más capaces de contribuir a la solución de este gran problema, es la creación de pequeñas empresas o microempresas, el autoempleo.

El proceso de generación de un proyecto empresarial tiene como punto de partida la elección del tipo de negocio que se pretende poner en marcha, es decir, la idea. Esta puede surgir de los conocimientos personales que se tengan sobre el producto o servicio, de la existencia de un mercado especialmente interesante y desabastecido, del hallazgo de un producto o servicio nuevo, de la observación del entorno, etcétera.

Esta idea debe satisfacer las necesidades particulares de la futura clientela, dirigiendo todos los esfuerzos hacia áreas de mercado que no han sido atendidas.

No podemos olvidar de que gran parte de los proyectos que se ponen en marcha fracasan a lo largo de su primer año de vida.

Para evitar esto, en la medida de lo posible, la idea debe basarse en los siguientes principios:

- Que nuestro producto o servicio satisfaga necesidades de los futuros clientes.
- Que nuestro producto o servicio sea innovador, distinto de los productos que se ofrecen en el mercado.

Un proyecto empresarial exige, por tanto, un proceso de reflexión que se debe plasmar en un plan de negocio, que es una planificación estratégica que afecta a todos los ámbitos de la empresa y en el que se analiza la viabilidad del proyecto empresarial que se pretende llevar a cabo.

Este plan de negocio, es amplio y debe detallar exhaustivamente aspectos tan importantes como:

- El estudio del mercado.
- El plan de producción.
- El plan financiero.
- Elección del tipo de empresa.
- La puesta en marcha (trámites concretos y generales para las diferentes formas jurídicas.)
- Fiscalidad.
- Documentación.

Todos estos aspectos deben recogerse en la elaboración del proyecto y que podríamos resumir en las siguientes **fases**:

- 1. Definir la misión de la empresa.**
- 2. Análisis interno, externo y síntesis DAFO.**
- 3. Líneas estratégicas y objetivos.**
- 4. Planificación táctica y operativa.**
- 5. Análisis de viabilidad.**

1. Definir la misión de la empresa.

En esta fase se debe tener en cuenta:

- las necesidades que se quieren satisfacer con el proyecto
- el producto o servicio a ofrecer
- los clientes a los que va dirigido
- análisis actual del sector en el que se va a intervenir

2. Análisis interno, externo y síntesis DAFO

En esta fase se analiza el entorno general en el que se va a desenvolver la empresa, teniendo en cuenta los factores que pueden influir, como pueden ser aspectos jurídicos y legales, políticos, económicos, demográficos, tecnológicos, culturales, etcétera.

Un análisis interno centrado en las capacidades personales, técnicas, de gestión y financieras del equipo promotor.

Análisis DAFO, en el que se estudian y valoran las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que puedan surgir en la empresa y su entorno y así poder obtener una visión de su posición competitiva:

Oportunidades, como aspectos positivos del entorno que, en caso de darse, favorecerán la consecución de los objetivos.

Amenazas externas a la empresa, como todo aquello previsible que, en caso de ocurrir, afectaría gravemente a los objetivos marcados.

Fortalezas internas a la empresa, es decir, los puntos fuertes con los que cuenta la empresa: liderazgos, personas, productos, conocimientos, estructura, etcétera.

Debilidades, internas a la empresa

3. Líneas estratégicas y objetivos

Para continuar con el estudio de la viabilidad se deben fijar unas líneas estratégicas, estableciendo un conjunto de decisiones a emprender en un horizonte de varios años.

De la misma forma se fijarán unos objetivos generales de la organización sobre los que se diseñarán los diferentes planes. Estos objetivos deberán ser claros y concretos

4. Planificación táctica y operativa

Se recogerá un plan de actuación articulado en torno a otros planes como:

- plan de marketing
- plan de operaciones
- plan jurídico-fiscal
- plan de organización y recursos humanos
- plan de inversión y financiación

5. Análisis de viabilidad

La viabilidad de un proyecto se puede analizar desde una triple perspectiva:

- Comercial: estudia la coherencia del plan de negocio. Se pretende verificar que el producto o servicio a desarrollar tenga posibilidades de venta en el mercado.
- Económica: la viabilidad se analiza desde la estructura de ingresos y costes, estudiando las variables claves como costes fijos y variables, precio, volumen de producción y punto muerto o umbral de rentabilidad.
- Financiera: los criterios básicos de viabilidad son el VAN (Valor actualizado neto), la TIR (tasa interna de rentabilidad) y el PAY-BACK (plazo de recuperación).